

- ● ● ● ● ●
● ● ● ● ●
● ● ● ● ●
● ● ● ● ●
● ● ●
Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Faculty of Economics and Business Administration

Informationen zum Studiengang

Marktorientierte Unternehmensführung

(Master of Science)



Informationsbroschüre
für Studieninteressierte und -bewerberInnen

Impressum:
Fachhochschule Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 54
509678 Köln

Herausgeber:
Die Studiengangsleiter Marktorientierte Unternehmensführung Master
Professor Dr. rer. pol. Rainer Moll
Professor Dr. rer. pol. Peter Alexander Plein

Stand: März 2012

Bildnachweis- und Copyright- Information
Titelseite: Fachhochschule Köln Kommunikation und Marketing (www.presse.fh-koeln.de)
Seite 5: Fakultät 04
Seite 10: Marion C. Schmidt

Benutzung des Logos auf Seite 1 und 18 mit freundlicher Genehmigung der FIBAA.

Master of Science in Marktorientierte Unternehmensführung

Inhalt

Inhalt	3
Überblick	4
Argumente für das Studium	4
Konzeption und Inhalte	6
Module des Studiengangs „Marktorientierte Unternehmensführung“	8
1. Semester	8
2. Semester	8
3. Semester	9
4. Semester	9
Wahlpflichtmodule	10
Curriculum/ Studienverlaufsplan	13
Prüfungen und Abschlussarbeit	15
Bewerbungsunterlagen und Zulassungsbedingungen	16
Englisch-Nachweis	17
International Board of Advisors	17
Mitglieder:	17
Akkreditierung	18
Kontakt	19
Studiengangsleitung	19
Studiengangsbetreuung	19
Adresse:	19
Postadresse:	19

Überblick

Studienanfängerzahl pro Semester	25
Start zum	Wintersemester (WS) und Sommersemester (SS)
Bewerbungsfrist	15. Juli für das Wintersemester 15. Januar für das Sommersemester
Studiendauer	4 Semester
Abschlussgrad	Master of Science
Akkreditierung	FIBAA

Argumente für das Studium

Der viersemestrige Studiengang bietet Graduierten ein wissenschaftlich fundiertes, anwendungsorientiertes und praxisnahes Studium. Die Ausbildung erfolgt auf Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden. Studierende werden so ausgebildet, dass sie nach dem Studium als potenzielle Führungskraft nahtlos in das Arbeitsleben integrierbar sind. Hierzu ist es notwendig, eine Fülle von Qualifikations- und Kompetenzzielen zu erreichen. Studierende werden befähigt in ihrem späteren Arbeitsleben Unternehmen markt- und wertorientiert zu führen.

„Marktorientierte Unternehmensführung“ bedeutet in diesem Zusammenhang:

- Schaffung einer marktorientierten Unternehmensstrategie und
- Ableitung einer effizienten Organisationsstruktur zur
- Sicherstellung des mittel- und langfristigen Unternehmenserfolgs.

Um dies zu gewährleisten bilden die funktional ausgerichteten Module in den Fachrichtungen Marketing, Controlling und Finanzen den Kern des Studiengangs. Sie spiegeln die Anforderungen an eine kunden- und wertorientierte Führung wider. Die an eine weitergehende Berufsqualifizierung zu stellenden Ansprüche im Bereich der Führung von international und national operierenden Unternehmen und Organisationen sind geprägt von einer zunehmenden Notwendigkeit, Entscheidungen rational nachvollziehbar zu machen. Dieser Druck auf Unternehmen geht von internationalen Kapitalmärkten (Shareholder), von Mitarbeitern und von Kunden der Unternehmen (Stakeholder) aus. Insbesondere die Verantwortung von Führungskräften für die strategische Ausrichtung unter Beachtung multikultureller Bedingungen, wie sie z. B. regelmäßig bei Unternehmensfusionen oder Umstrukturierung von Unternehmen auftreten, verlangt nach einem hohen Kompetenzniveau sowohl auf strategischer, funktionaler als auch auf soziokultureller Ebene.

Der viersemestrige Studiengang erfüllt diese Erwartungen durch eine fokussierte, wissenschaftlich fundierte und praxisorientierte Management-Ausbildung in besonderer Weise. Durch Interaktion im Rahmen des seminaristischen Unterrichts, eigenständige Bearbeitung von Übungsaufgaben und Fallstudien, aktive Teilnahme an Planspielen sowie die anwendungsorientierte Master-Thesis wird die zur Lösung unternehmerischer Problemstellungen erforderliche Fach-, Methoden-, Sozial-, Problemlösungs- und

Führungskompetenz vermittelt und dadurch ein Qualifikationsprofil aufgebaut, das von potenziellen Arbeitgebern nachgefragt wird. Der Masterabschluss bildet einen akademischen Abschluss, der auf einem zuvor erworbenen Bachelorabschluss aufbaut (konsekutiver Studiengang).

Von unseren Absolventen wird erwartet, dass sie sich nach dem Wechsel von der Hochschule in die Wirtschaft reibungslos in die bestehenden Arbeitsprozesse integrieren (lassen) und nicht nur als „high potentials“, sondern auch als „high performers“ für Führungsaufgaben gelten. Sie sind auf die realen Abläufe, Situationen und Problemstellungen in Unternehmen nicht nur fachlich, sondern auch in Bezug auf ihre soziale Kompetenz vorbereitet. Dieser Anspruch ergibt sich letztlich durch die stark anwendungsorientierte Ausrichtung des Studiengangs und die Vernetzung mit konkreten Praxisinhalten.

Der praxisorientierte Anspruch des Studiengangs schlägt sich u. a. in folgenden zu vermittelnden Fähigkeiten nieder:

- gelerntes Wissen auf bekannte und unbekannte Sachverhalte anzuwenden,
- neues Wissen und neue Fertigkeiten selbstständig zu erarbeiten,
- Sachverhalte methodisch-analytisch zu hinterfragen und gegebenenfalls eigenständig Lösungsansätze zu entwickeln,
- die Schnittstellen zu fachfremdem Wissen zu erkennen und mit fachfremden Partnern zu kooperieren sowie
- unterschiedliche (Lehr-)Meinungen kritisch zu hinterfragen und zu bewerten.

Die verwendeten didaktischen Methoden reichen von dem Einsatz realer Fallstudien bis hin zur Erstellung von Masterarbeiten in Kooperation mit Unternehmen. Sichergestellt wird die Vermittlung der Fähigkeiten und der Anwendungsbezogenheit durch die einschlägige Erfahrung der Lehrenden, sowie durch bestehende intensive Praxiskontakte.



Konzeption und Inhalte

Der Studiengang ist modular aufgebaut. Alle Module haben einen Umfang von 4 Semesterwochenstunden (SWS). Dies betrifft sowohl die Pflichtmodule, die für jeden Studierenden obligatorisch sind, als auch die Wahlpflichtmodule, aus denen sich jeder Studierende eine von der Prüfungsordnung vorgeschriebene Anzahl an Modulen auswählen muss.

Im ersten Semester sind die nachstehenden fünf Pflichtmodule obligatorisch:

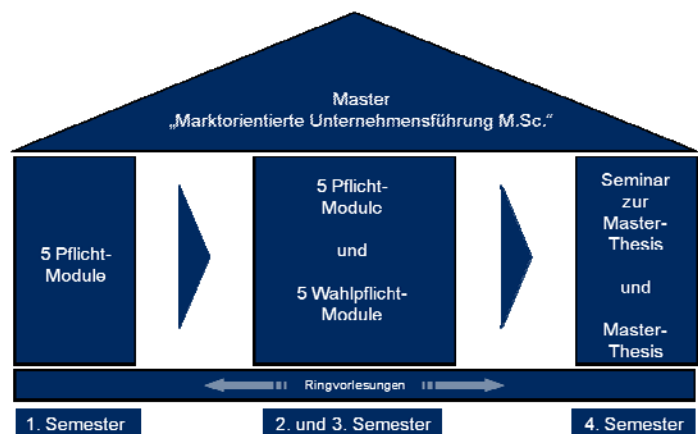
- Praxis der betrieblichen Entscheidungsfindung / Entscheidungstheorie
- Unternehmensführung und Managementmethoden
- Prozessorientierte Wirtschaftsinformatik
- Quantitative Methoden
- Personalmanagement

Im zweiten und dritten Semester sind weitere fünf Pflichtmodule obligatorisch:

- Marketing (Markenführung/ Brandmanagement)
- Controlling (Zeitadäquate Verfahren)
- Finanzen
- Steuern (Tax Management I)
- Accounting (Jahresabschlussanalyse und -politik)

Zusätzlich belegen die Studierenden fünf weitere Wahlpflichtmodule aus einem breiten Angebot. Dabei wählen sie die angebotenen Wahlpflichtmodule frei und ohne Einschränkung (Cafeteria-System). Diese Vorgehensweise erlaubt es, individuellen Neigungen der Studierenden Rechnung zu tragen und innerhalb des Studiengangs „Marktorientierte Unternehmensführung“ den Fokus des Studiums z.B. eher im Bereich Controlling oder im Bereich Marketing zu setzen.

Eine Abrundung erfährt der Studiengang im vierten Semester durch das Anfertigen der Master-Thesis. Idealerweise wird hier die im zweiten und dritten Semester vorgenommene Spezialisierung vertieft. Semesterübergreifend dienen „Ringvorlesungen“ und Praxisvorträge der engen Verflechtung von an der Hochschule erworbenem Wissen und Input aus der Praxis.



Der Schwerpunkt des Studiengangs liegt auf den klassischen funktionsorientierten Kernkompetenzen Marketing, Controlling und Finanzen. Diese sind heute und in Zukunft unabdinglich für die erfolgreiche Steuerung von Unternehmen nach kunden- und wertorientierten Gesichtspunkten. Zudem ermöglichen sie einem Absolventen mit eher geringer Berufspraxis einen leichten Einstieg in die Arbeitswelt sowie beste Voraussetzungen um beruflich erfolgreich zu sein. Dies setzt eine Reihe von Qualifikationen und Kompetenzen voraus, die der Absolvent für die Praxis mitbringen sollte.

Aus diesen Gründen werden folgende Qualifikations- und Kompetenzziele vermittelt:

- Fachliche Kompetenz
- Methodische Kompetenz
- Soziale Kompetenz
- Problemlösungs- und Führungskompetenz
- Ethische Kompetenz
- Mehrsprachige Kompetenz
- Persönliche Kompetenzen
- Praxisorientiertes Denken
- Strategisches Denken

Darüber hinaus sollen die Studierenden auf Basis des studiengangspezifischen Fachwissens in Verbindung mit theoretischem Basiswissen

- eine ganzheitliche Sichtweise betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge
- und das dafür erforderliche Problemlösungsbewusstsein entwickeln,
- Projektentwicklung als Managementaufgabe verstehen und wissen, wie Projekte konzipiert und gesteuert werden,
- Grundprinzipien ökonomischer Rationalität und wissenschaftlichen Handelns kennenlernen,
- Organisationswissen und Wissen um die Bedingungen von Veränderungen von Organisationen erwerben,
- Ansätze der Personalentwicklung sowie Ziele und Aufgaben des Personalmanagements kennen und anwenden lernen,
- zur interdisziplinären Zusammenarbeit befähigt werden,
- Verbesserungspotentiale durch geeignete Instrumente erkennen und
- gewonnene Erkenntnisse kunden- und wertorientiert umsetzen.

Im Curriculum spiegelt sich dies konsequent wider. Wert wird insbesondere auf praxisorientierte Lehre gelegt, die eine hohe fachliche Qualifikation in den Kernfächern garantiert. Ergänzung findet dies durch die Vermittlung überfachlicher Qualifikationen sowohl in den begleitenden Pflichtmodulen als auch in den Wahlpflichtmodulen. Die Masterarbeit soll sich regelmäßig mit Problemen in und aus der Praxis beschäftigen.

Module des Studiengangs „Marktorientierte Unternehmensführung“

1. Semester

Praxis der betrieblichen Entscheidungsfindung / Entscheidungstheorie (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Bei jeder quantitativen wirtschaftswissenschaftlichen Problemstellung steht vor der Entscheidungsfindung die Modellierung des Sachverhalts. Ziel der Veranstaltung ist es daher, die Studierenden zunächst mit dem Modellbegriff vertraut zu machen. Ferner sollen sie lernen, in unterschiedlichsten Modellen Entscheidungen auf quantitativer Basis zu treffen. Außerdem lernen die Studierenden, Methoden an konkreten Praxisfällen mit Hilfe von Software (Excel und spezielle Software) umzusetzen.

Unternehmensführung und Managementmethoden (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden sollen die wissenschaftlichen Grundlagen der Unternehmensführung und ihre Gesamtarchitektur verstehen lernen. Sie sollen damit in die Lage versetzt werden, sich in der Vielfalt der inhaltlichen Angebote zu orientieren und die Zusammenhänge zwischen den Einzelteilen zu verstehen.

Prozessorientierte Wirtschaftsinformatik (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden sollen anhand von Prozessen der betrieblichen Praxis den Einsatz von Informationstechnologie kennen und bewerten lernen. Der Einsatz von IT-Lösungen soll für erfolgreiche Unternehmensstrategien angewandt werden können.

Quantitative Methoden (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Das Ziel der Veranstaltung besteht darin, die Studierenden mit modernsten statistischen Verfahren vertraut zu machen, die es ihnen ermöglichen, wirtschaftstheoretische Modelle empirisch zu überprüfen und zum anderen quantitative Diagnosen aktueller Situationen zu erstellen und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Daher unterteilt sich die Veranstaltung in zwei große Bereiche: Quantitative Methoden in Statistik und Ökonometrie. Die Datenanalyse erfolgt mit den beiden in der Praxis am weitesten verbreiteten Softwarepaketen SPSS und EViews.

Personalmanagement (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit, dass die Ressource Personal in marktorientiert geführten Unternehmen flexibel gestaltet werden muss und dass gleichzeitig die (z.T. divergierenden) Interessen mehrerer Stakeholder, vor allem der Beschäftigten, berücksichtigt werden müssen. Desweiteren erwerben die Studierenden Kenntnisse darüber, welche Instrumente innerhalb des rechtlichen Rahmens (insbes. der Bundesrepublik Deutschland) eingesetzt werden können, um diese Ziele zu erreichen und können die Auswirkungen der Instrumente hinsichtlich wirtschaftlicher, sozialer und gesellschaftlicher Ziele sowie ethischer Normen ermitteln bzw. abschätzen.

2. Semester

Brandmanagement (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Ziel der Veranstaltung ist die Entwicklung von Fachkompetenz und analytischem Urteilsvermögen über die komplexen Zusammenhänge der Führung von Marken sowie Vermittlung entscheidungsorientierter Managementansätze.

Controlling (Zeitadäquate Verfahren) (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Ziel ist das Erreichen einer adäquaten Methodenkompetenz durch Schulung von

- Analyse- und Strukturierungstechniken

- Methoden der Informationsgewinnung und -verarbeitung
- Entscheidungsmethoden
- Planungsmethoden
- Steuerungsmethoden
- Kontrollmethoden
- Projektmanagementmethoden

und das Erreichen einer adäquaten fachlichen Kompetenz durch Schulung aktuellen Wissens im Kernfach Controlling.

Finanzen (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden erwerben profunde Kenntnisse über die unterschiedlichen Finanzierungsformen von Unternehmen sowie die Funktionsweise der korrespondierenden Segmente des Kapitalmarktes. Sie können das Zahlungsvermögen von Unternehmen abbilden und verlässlich messen. Sie kennen die wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen sowie deren Bedeutung und sind in der Lage, die Kapitalstruktur zu analysieren und deren Bedeutung für den Unternehmenswert abzuleiten..

Es sind mindestens 2 Module à 4 Semesterwochenstunden aus dem Katalog an Wahlpflichtmodulen zu wählen (siehe Seite 10).

3. Semester

Tax Management I (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Den Studierenden werden Kompetenzen zur Beurteilung betrieblicher Einzel- und Grundsatzentscheidungen aus steuerlicher Sicht in Fällen von Rechtsform-, Investitions-, sowie Finanzierungsentscheidungen vermittelt. Außerdem können sie bestehenden Umstrukturierungsbedarf erkennen und analysieren sowie Lösungen und Umstrukturierungskonzepte unter Berücksichtigung der Steuerbelastung erarbeiten.

Accounting (Jahresabschlussanalyse und -politik) (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden erlernen Rechnungslegungsinstrumente als eine Methode zur Informationsverarbeitung- und Informationsbeschaffung zu verwenden. Mit Hilfe der erarbeiteten Analyseergebnisse können entscheidungsrelevante Informationen über die ökonomische Lage und Zukunftsaussichten eines Unternehmens/Konzerns zur Verfügung gestellt werden. Außerdem werden die Studierenden mit der Gestaltung der Rechnungslegungsinstrumente um eine zielorientierte Unternehmenspolitik zur Kapitalbeschaffung zu gewährleisten vertraut gemacht.

Es sind mindestens 3 Module à 4 Semesterwochenstunden aus dem Katalog an Wahlpflichtmodulen zu wählen (siehe Seite 10).

4. Semester

Seminar zur Master-Thesis (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden präsentieren Ziele, Inhalte und Aufbau ihrer Master-Thesis. Alle Teilnehmer setzen sich mit den Inhalten ihrer Ausführungen (kritisch) auseinander. Es sind alternative Ansätze zu diskutieren. Die Gruppe bringt ergänzende Aspekte zum jeweiligen Thema ein.

Master- Thesis und Kolloquium (insgesamt 24 ECTS Credits)

Wahlpflichtmodule

(aus dem Katalog sind im 2. Semester mindestens 2 Module à 4 SWS und im 3. Semester mindestens 3 Module à 4 SWS zu wählen):

Bitte beachten Sie, dass die Wahlpflichtmodule z.T. im zweisemestrigen Turnus angeboten werden!

Vertikales Marketingmanagement (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im SoSe.)

Die Studierenden sollen die Beziehung des Herstellers zu nachgelagerten Wirtschaftsstufen innerhalb der Distributionspolitik definieren. Dabei wird die gesamte Absatzkette einbezogen werden, so dass ein bis zum Endkunden reichendes, durchgängiges Marketingkonzept entsteht.

Customer Relationship Management (CRM) (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im SoSe.)

Die Studierenden werden mit den Unterschieden zwischen dem klassischen „Beeinflussungsmarketing“ und dem Beziehungsmarketing (Relationship Marketing) vertraut gemacht. In diesem Zusammenhang werden die theoretischen Fundierungen des Relationship Marketing, Messprobleme und Methoden sowie die Implementierung und Kontrolle von Customer-Relationship-Maßnahmen diskutiert.

Unternehmensanalyse und Konzeption von Steuerungsinstrumenten für kleinere und mittlere Unternehmen (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im SoSe.)

Die Studierenden erhalten zum einen Methodenkompetenz durch Schulung von:

- Analyse- und Strukturierungstechniken
- Methoden der Informationsgewinnung und -verarbeitung
- Entscheidungsmethoden
- Planungsmethoden
- Steuerungsmethoden
- Kontrollmethoden
- Projektmanagementmethoden
- Moderations- und Präsentationstechniken

Zum anderen wird die Vermittlung adäquater fachlicher Kompetenz durch Anwendung der Kenntnisse aus dem externen Rechnungswesen, dem operativen und strategischen Controlling und in aktuellen Praxisfällen geschult.

Fallstudien zum Sanierungs- / Turnaroundmanagement (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Die Studierenden erwerben die Kenntnisse und Fähigkeiten, Ansätze auszuwählen und anzuwenden, die sich eignen, die Sanierungsfähigkeit von Unternehmen, die in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten sind, (vor-) zu analysieren. Des Weiteren erlernen sie, Maßnahmen zur Restrukturierung bzw. Sanierung zu entwickeln und umzusetzen sowie Veränderungsprozesse zu gestalten, die geeignet sind, zum einen die wirtschaftlichen Ziele zu erreichen und zum anderen die Interessen der Beschäftigten und der Allgemeinheit angemessen zu berücksichtigen. Dabei werden neben den benötigten betriebswirtschaftlichen, verhaltenswissenschaftlichen und arbeitsrechtlichen Fach- und Methoden-, auch Führungskompetenzen, insbesondere soziale und ethische Kompetenzen vermittelt.



Mergers & Aquisitions / Unternehmensbewertung (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Die Bewertung von Unternehmen und Unternehmensanteilen nimmt hohen Stellenwert, sowohl in der betriebswirtschaftlichen Wissenschaft, als auch in der betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Praxis ein. In der alltäglichen unternehmerischen Praxis ergeben sich eine Vielzahl von Anlässen für Unternehmensbewertungen, denen man sich de facto und de jure nicht entziehen kann. In diesem Zusammenhang erhalten die Studierenden die dafür erforderliche fachliche und methodische Kompetenz. Die Studierenden erlangen u. a. fachliche und methodische Kompetenz

- durch Vermittlung von Analyse- und Strukturierungstechniken,
- Methoden der Informationsgewinnung und -verarbeitung
- sowie durch Erlernen von
 - Entscheidungsmethoden
 - Planungsmethoden
 - Steuerungsmethoden
 - Kontrollmethoden
 - Projektmanagementmethoden

Finanzanalyse/Unternehmenssteuerung mit wertorientierten Kennzahlen / Kennzahlensystemen (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Die Studierenden verstehen Inhalt, Anwendung und Grenzen wertorientierter Kennzahlen und Kennzahlensysteme. Sie können Jahresabschlüsse international tätiger Unternehmen mit Hilfe dieser Instrumente analysieren und bewerten. Hierbei berücksichtigen sie insbesondere auch Besonderheiten aufgrund internationaler Rechnungslegungsstandards (IFRS).

Portfolio & Asset-Management (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Die Studierenden lernen mit Hilfe von Fallstudien grundlegende portfolio- und kapitalmarkttheoretische Konzepte kennen, die aus der Unternehmenspraxis (insbes. Controlling, IFRS-Bilanzierung, Risikomanagement) nicht mehr wegzudenken sind. Darüber hinaus werden - mit zahlreichen Berührungspunkten zum Kapitalmarktrecht - die „theoretischen Eigenschaften“ von Kapitalmärkten analysiert. Des Weiteren werden die Grundlagen der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten vermittelt. Darauf aufbauend lernen die Studierenden mit Hilfe von Fallstudien EUREX-Derivate im Rahmen von unterschiedlichen Handels- und Absicherungsstrategien einzusetzen.

Tax-Management II (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Hier erwerben die Studierenden Kompetenzen zur Beurteilung und Lösung von Fragen der Unternehmensübernahme und -nachfolge. Außerdem werden sie intensiv mit internationalen steuerlichen Fragestellungen in Unternehmen vertraut gemacht.

Risikomanagement (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Die Studierenden lernen unterschiedliche betriebswirtschaftliche Risiken zu managen. Dabei geht es vor allem um die Ausgestaltung des Risikomanagements, d.h. um Methoden und Instrumente betriebswirtschaftliche Risiken zu identifizieren, zu bewerten und zu steuern. Dazu wird zunächst eine Wissensbasis bezüglich der rechtlichen Rahmenbedingungen gelegt und die statistischen Kenntnisse vertieft. Mit der Behandlung des Risikomanagementprozess werden die Studierenden in die Lage versetzt, betriebswirtschaftliche Risiken systematisch zu bearbeiten und unternehmensspezifische Steuerungskonzepte zu entwickeln. Die Erarbeitung der empirischen Risikoidentifizierung und -bewertung erfolgt anhand von spezifischen Länderstudien.

Statistische Methoden im Management (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im SoSe.)

Ziel der Veranstaltung ist es, induktive statistische Verfahren vorzustellen. Dazu werden Fallstudien eigenständig von den Studierenden mittels der Statistiksoftware SPSS gelöst.

Wissensmanagement (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Die Studierenden sollen die Grundfunktionen des Wissensmanagements und ihre Bedeutung für das Management eines Unternehmens kennenlernen (Deskriptives Wissen). Sie lernen einige für die Entwicklung von Wissensmanagementsystemen wichtige Techniken und üben diese ein (Prozessuales Wissen). Sie werden mit den Systemzusammenhängen von Wissensmanagementsystemen anhand von praktischen Beispielen vertraut gemacht und können eine Einführungsstrategie für ein System entwickeln (Systemisches Wissen).

International Risk Management (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im SoSe.)

The philosophy of UASC's MA in international business focuses on rational decision-making in globally acting firms. It is the aim of the program to support the corporate decision-making process by offering tools and methods to senior management. In this context, the modules on Global Economics and on International Risk Management accompany firms in their planning and implementation of internationalization strategies.

Forschungsprojekte (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits)

Im Rahmen eigener, kleiner Projekte werden die Studierenden an praktische Forschungstätigkeit herangeführt und lernen, ihre Projekte in einem allgemeineren Forschungskontext einzuordnen, und durch methodisch durchdachte, korrekt durchgeführte Arbeit, wissenschaftliche Ergebnisse zu erzielen.

M&A and Valuation Case Studies (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Englisch) (Nur im SoSe.)

Die Studierenden erlangen praxisnahe Kompetenzen durch die Case Study-basierte Einführung in die Unternehmensbewertung und den M&A-Bereich anhand von Darstellung und Anwendung der üblichen Unternehmensbewertungs-Methoden, Darstellung und Diskussion verschiedener Varianten eines M&A Prozesses und der Erarbeitung, Präsentation, Moderation und Diskussion mehrerer internationaler Case Studies.

Entwicklung und Implementierung von Strategiekonzepten (4 Semesterwochenstunden / 6 ECTS Credits) (Nur im WiSe.)

Die Studierenden werden dazu befähigt, Strategien zu entwickeln und umzusetzen und lernen dabei die Grundlagen der Unternehmensstrategien anhand von Selbststudium und Recherchen mit dem Ziel der Informationssammlung. Die Daten werden von den Studierenden verdichtet, ausgewertet, interpretiert und zur Strategiebildung verwendet.

International Business Development (4 Semesterwochenstunden/ 6 ECTS Credits) (Englisch; zusammen mit International Business, M.Sc.) (Nur im WiSe.)

During this course students will acquire the know-how of targeted project work in the area of strategic corporate planning under conditions of constraints both in time and resources. A complete Market Brief according to UNCTAD/WTO/ITC specifications will be written during the course of this class. Contents include Project definition and coordination; Product analysis; Revealed comparative advantage analysis; Analysis of product and country specific production patterns and trade flows; Analysis of regulatory, sociological and natural barriers to market access; Pricing and value chain analysis.

Abkürzungen

SoSe = Sommersemester

WiSe = Wintersemester

Curriculum/ Studienverlaufsplan

Modulbezeichnung	MP W/P	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Σ	Σ
		SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP
Module des ersten Semesters											
Praxis der betrieblichen Entscheidungsfindung	P1	4	6								
Unternehmensführung und Managementmethoden	P1	4	6								
Prozessorientierte Wirtschaftsinformatik	P1	4	6								
Quantitative Methoden	P1	4	6								
Personalmanagement	P1	4	6								
Module des zweiten Semesters											
Marketing (Markenführung/ Brandmanagement)	P1			4	6						
Controlling (Zeitadäquate Verfahren)	P1			4	6						
Finanzen	P1			4	6						
Wahlpflichtmodul I ¹	W1			4	6						
Wahlpflichtmodul II ¹	W1			4	6						
Module des dritten Semesters											
Steuern (Tax Management I)	P1					4	6				
Accounting (Jahresabschlussanalyse und –politik)	P1					4	6				
Wahlpflichtmodul III ¹	W1					4	6				
Wahlpflichtmodul IV ¹	W1					4	6				
Wahlpflichtmodul V ¹	W1					4	6				
Module des vierten Semesters											
Seminar zur Master-Thesis	P1							4	6		
Master-Thesis									20		
Kolloquium									4		
Σ SWS		20		20		20		4		64	
Σ Credit Points			30		30		30		30		120

¹vgl. zu konkreten Inhalten die nächste Seite

Modulbezeichnung (Auswahl der WPs)	MP W/P	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Σ SWS	Σ CP
		SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP		
Vertikales Marketingmanagement	W5										
Kundenmanagement (CRM)											
Forschungsprojekte											
Entwicklung und Implementierung von Strategiekonzepten											
Unternehmensanalyse und Konzeption von Steuerungsinstrumenten von KMU											
Fallstudien zum Sanierungs-/ Turnaroundmanagement											
Unternehmensbewertung/ Mergers & Acquisitions											
Finanzanalyse/ Unternehmenssteuerung mit wertorientierten Kennzahlen/ Kennzahlensystemen											
(International) Finance Management											
Portfolio- & Asset-Management											
Tax Management II											
Risikomanagement											
Statistische Methoden im Management											
International Business Development											
Wissensmanagement											
M&A and Valuation Case Studies											
International Risk Management											
Σ SWS										20	
Σ Credit Points											30

Aus dem obigen Auswahlkatalog sollen im 2. und 3. Semester insgesamt fünf Wahlpflichtmodule absolviert werden.

Abkürzungen

MP = Anzahl Modulprüfungen
P = Pflichtmodul
W = Wahlpflichtmodul
SWS = Semesterwochenstunden
CP = Credit Points

Prüfungen und Abschlussarbeit

Die Art der Leistungsnachweise ist in der Prüfungsordnung hinterlegt (siehe hierzu den entsprechenden Paragraphen der Rahmenprüfungsordnung für Masterstudiengänge). Neben schriftlichen Leistungsnachweisen (Klausuren) sind auch nachstehende andere Nachweise möglich:

- Mündliche Prüfungen
- Hausarbeiten (z. B. Fallstudie, Recherche)
- Mündliche Beiträge (z. B. Präsentation, Verhandlung, Moderation)
- Gruppenarbeiten
- IT-gestützte Arbeiten

Weitere Regelungen sowie eine Mischung der Prüfungsnachweise mit unterschiedlicher Gewichtung sind denkbar.

Die Modulprüfungen des Studiengangs Marktorientierte Unternehmensführung sind von unseren Studierenden studienbegleitend spätestens nach Abschluss des jeweiligen Moduls abzulegen. Die Art und Anzahl der Modulprüfungen sind im Curriculum und in der Prüfungsordnung für den Studiengang Marktorientierte Unternehmensführung dokumentiert.

Die Master-Thesis ist als Abschlussarbeit anzufertigen. Einzelheiten hierzu sind in den entsprechenden Paragraphen der Rahmenprüfungsordnung für Masterstudiengänge geregelt. Die Master-Thesis soll einen starken praktischen Bezug aufweisen. Die Studierenden wenden in der Master-Thesis die erworbenen Kenntnisse praktisch in Unternehmen an.

Besonderer Wert wird darauf gelegt, dass nicht nur in den Unternehmen vorgefundene Ist-Zustände beschrieben werden, sondern dass angestrebte Soll-Zustände wertend und problemlösend Darstellung finden. Die im zweiten und dritten Semester vorgenommene Spezialisierung durch Auswahl individueller Wahlpflichtfächer soll hier ihre logische Fortsetzung finden. Die Master-Thesis ist eine wissenschaftliche Arbeit, die aktuelle praxisnahe Problemstellungen zum Inhalt haben soll und daher überwiegend in Zusammenarbeit mit Unternehmen erstellt wird. Mit der Master-Thesis sollen die Studierenden nachweisen, dass sie betriebswirtschaftliche Fragestellungen insbesondere aus ihren gewählten Spezialdisziplinen mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden zu lösen verstehen.

Im Rahmen der Master-Thesis bearbeiten die Studierenden somit praxisrelevante Themen zum einen in ihren fachlichen Einzelheiten, sowie zum anderen im fachübergreifenden Kontext auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse. Dadurch erfüllt die Master-Thesis letztlich auch eine Transferfunktion zwischen Wissenschaft und Praxis. Dies kann verstärkt werden, wenn Führungskräfte der Wirtschaft als Korreferenten in die Betreuung der Thesis eingebunden werden. Die Prüfungsordnung sieht die Möglichkeit vor, dass Praktiker als Prüferin bzw. Prüfer einer Abschlussarbeit fungieren können.

Bewerbungsunterlagen und Zulassungsbedingungen

Die Studienvoraussetzungen für den Studiengang sind in §3 der Prüfungsordnung geregelt. Für die Aufnahme des Studiums wird der erfolgreiche Abschluss eines Hochschulstudiums in einem Studiengang der Betriebswirtschaftslehre mit dem Mindestabschlussgrad „Bachelor“ und der Mindestnote 2,3 gefordert. Zusätzlich muss der Nachweis von Englischkenntnissen erbracht werden.

Absolventinnen und Absolventen anderer Studiengänge können beim Nachweis der Einschlägigkeit der Studieninhalte ebenfalls zum Studium zugelassen werden. Die diesbezüglichen Entscheidungen trifft der Prüfungsausschuss. Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften behält sich vor, die persönliche Studieneignung der Bewerber in Auswahlgesprächen zu ermitteln.

Ausländische Studienbewerber, die keinen deutschen Schul- oder Studienabschluss haben, müssen zusätzlich Kenntnisse der deutschen Sprache durch eine bestandene DSH-Prüfung oder einen gleichwertigen Deutschnachweis belegen.

Bewerber, die keine deutsche Staatsangehörigkeit haben und ihren Bachelorabschluss im Ausland absolviert haben, bewerben sich über die Internetplattform „uni-assist.com“.

Die erfüllten Studienvoraussetzungen müssen im Rahmen der schriftlichen Bewerbung nachgewiesen werden. Sind die oben genannten Studienvoraussetzungen erfüllt, entscheidet die Abschlussnote des im Vorfeld absolvierten Studiengangs, sowie studiengangsrelevante Zusatzqualifikationen über die Vergabe der Studienplätze. Relevante Zusatzqualifikationen sind z. B. Praxiserfahrung im betriebswirtschaftlichen Bereich und Auslandserfahrungen.

Zur Bewerbung sind vom Bewerber folgende Nachweise einzureichen:

- Zeugnis über einen bisher erreichten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss
- Bewerbungsschreiben/ Motivationsschreiben
- Lebenslauf mit allen relevanten Nachweisen über Studienvoraussetzungen
- Nachweis über die geforderten Sprachkenntnisse

Bei der Auswahl der Bewerber entscheidet die Studiengangsleitung anhand folgender Kriterien:

- Notendurchschnitt des vorangegangenen Bachelorstudiums (Gewichtung: 60%)
- Berufsbezogene Praxiserfahrung gemäß Nachweis (Gewichtung: 25%)
- Auslandserfahrung gemäß Gewichtung (Gewichtung: 15%)

Für Details sei auf die Prüfungsordnung des Studiengangs verwiesen. Hinsichtlich der englischen Fremdsprachenkenntnisse wird die Ablegung eines im Europäischen Referenzrahmen offiziell anerkannten Sprachtests verlangt. Für Bewerber aus dem nicht deutschsprachigen Ausland sind deutsche Sprachkenntnisse durch eine bestandene DSH-Prüfung oder einen gleichwertigen Deutschnachweis zu belegen.

Zudem steht Ihnen die Studiengangsbetreuung gerne bei Fragen persönlich, per Telefon oder per E-Mail zur Seite. Die Kontaktdaten finden Sie am Ende dieser Broschüre.

Wenn eine schriftliche Zulassung erteilt wurde, ist eine Einschreibung (Immatrikulation) möglich, die dann zur Mitgliedschaft in der FH Köln führt. Die Einschreibung erfolgt grundsätzlich schriftlich. Der Einschreibetermin wird im Zulassungsbescheid postalisch mitgeteilt. Weiterhin entnehmen Sie diesem Bescheid Informationen zum Informations-Portal, auf dem die Einschreibeunterlagen abgerufen werden können. Diese Unterlagen müssen dann bis zum angegebenen Einschreibetermin eingereicht werden.

Englisch-Nachweis

Für eine Studiumszulassung müssen Englischkenntnisse auf Niveau C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (CEF) nachgewiesen werden. Neben dem TOEFL-Test (internet-based) mit 79 Mindestpunkten werden u.a. folgende Nachweise anerkannt:

Test	Mindestpunktzahl
Test of English in International Communication (TOEIC)	850 Punkte
Cambridge Advanced English (CAE)	Pass
Cambridge Business English Certificate (BEC)	Higher
International English Language Testing System (IELTS)	6,5/7,0

Der Nachweis muss bei der Bewerbung vorliegen.

International Board of Advisors

Als Beratungsgremium der Fakultät bzw. des Instituts für Betriebswirtschaftslehre wurde das sogenannte International Board of Advisors gegründet, welches sich aus renommierten Persönlichkeiten führender internationaler Unternehmen aus verschiedensten Branchen und Hochschulen aus dem In- und Ausland (USA, Japan, China, Russland) zusammensetzt. Die Aufgaben des International Board of Advisors liegen im wesentlichen darin, die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften bei der Weiterentwicklung von Lehr- und Forschungsaktivitäten beratend und fördernd zu begleiten sowie die Studierenden zu unterstützen. Hierzu zählen z. B. die Schaffung von Praktikumsplätzen, die Übernahme von Mentorenaufgaben zur Förderung besonders leistungsstarker Studierender sowie die Unterstützung bei der Gewinnung ausländischer Gastdozenten zur Intensivierung der Internationalisierung.

Mitglieder:

Name	Organisation
Prof. Dr. Klaus Ambrosi	University of Hildesheim
Dr. Igor Arzhenowski	Nishegoroder Staatl. Universität für Architektur und Bauwesen, Nishnij Nowgorod, Russland
Gerhard Baus	igus GmbH
Dr. Joachim Deppe	Hydro Aluminium
Prof. Dr. Udo Fink	FB Rechts- u. Wirtschaftswissenschaften, Johannes Gutenberg University Mainz

Dr. Hans-Peter Fröhlich	Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V.
Annette Höchst	BRVZ Bau- Rechen- und Verwaltungszentrum GmbH
Frank Hoffritz	ML Consulting Schulung, Service & Support GmbH
Uwe Holl	IGL GmbH
RA Martin W. Huff	Rechtsanwaltskammer Köln
Dr. Rolf Kranüchel	DB Dienstleistungen GmbH
Prof. Shigekazu Kusune	Faculty of Law, Institute of Human and Social Sciences, Kanazawa University, Kanazawa, Japan
Konsul Jean Möhring	Konsul, Königreich der Niederlande
Rudolf F. Movers	ML Holding GmbH
Neuman F. Pollack, Ph.D.	Florida Atlantic University, Boca Raton, Florida, USA
Marco Schmitz	Oppenheim Fonds Trust GmbH
Gerd Schneider	ACCENTA ASIA
Dr. Stefan Sporn	Mediengruppe RTL Deutschland GmbH
Achim Stranz	AXA Investment Deutschland GmbH
Dr. Keith Ulrich	DHL Innocation Centre

Akkreditierung durch



Der Studiengang ist von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) akkreditiert. Die FIBAA ist eine Schweizer gemeinnützige Stiftung zur Qualitätssicherung im Hochschulbereich. Als Akkreditierungsagentur prüft und akkreditiert sie im europäischen und außereuropäischen Raum Studiengänge und Qualitätsmanagementsysteme an Hochschulen.

Kontakt

Studiengangsleitung

Prof. Dr. Rainer Moll

Telefon: +49 (0) 221 8275 - 3453

E-Mail: rainer.moll@fh-koeln.de

Prof. Dr. Peter Alexander Plein

Telefon: +49 (0) 221 8275 - 3940

E-Mail: alexander.plein@fh-koeln.de

Adresse:

Fachhochschule Köln

Fakultät 04 / Institut für BWL

Claudiusstr. 1

50678 Köln

Postadresse:

Fachhochschule Köln

Fakultät 04 / Institut für BWL

Gustav-Heinemann-Ufer 54

50968 Köln3

Studiengangsbetreuung

Claudia Kremser, B.A.

Telefon: +49 (0) 221 8275 - 3727

E-Mail: claudia.kremser@fh-koeln.de

